

**A História inventando Moda:**

**A influência da memória na criação de coleções de moda com referência no passado**

**Rochelle Cristina dos Santos**

Especialista em Propaganda e Marketing pela FESSC

rochellecristina@hotmail.com

**Resumo**

Este artigo tem como propósito problematizar a influência de referências históricas na criação de novas coleções de vestuário aqui denominadas moda. De acordo com questionamentos e estudos voltados à área da memória do tempo presente, que procura compreender a necessidade de presentificar o passado, busca-se compreender de que maneira a moda mantém o passado sempre presente. As idéias expostas buscam a melhor compreensão da moda como objeto identificador de associações entre elementos passados ao presente vivenciado.

**Palavras-chave:** História. Memória. Moda.

***Abstract***

*This paper aims at putting into question the influence of historical references in the creation of new clothing collections, herein referred to as fashion. Based upon questioning and research on present time memory, which intends to understand the need for presentifying the past, the goal of this study is to understand how fashion keeps the past always present. The ideas here described look out to better comprehend fashion as an object that identifies associations between elements in the past, in relation to the experience of the present.*

***Key Words :*** History. Memory. Fashion

### INTRODUÇÃO

Os estudos históricos relacionados à história do tempo presente abordam questionamentos relacionados às transformações contemporâneas. A necessidade de presentificar o passado vem como um dos elementos mais importantes desses estudos. Os campos de percepção dessas manifestações, que buscam manter o passado sempre presente, são os mais variados possíveis. A moda constituída de referências passadas é um forte indício de que a história está presente nos mais diversos segmentos que fazem parte da construção da sociedade e do indivíduo.

A relação entre história, memória e moda será abordada por meio de relações e associações entre elementos de estudos da história do tempo presente e a manifestação da moda que representa um estilo *vintage* ou retrô. A moda atual, assim como em outras épocas, é capaz de transmitir a posição social do sujeito e posicioná-lo perante a sociedade. Mais do que apresentar o poder da moda em comunicar a sua classe social, pretende-se relatar de que forma esse sujeito utiliza referências históricas para explicitar suas convicções sociais, políticas e, principalmente, nostálgicas.

As influências históricas e suas percepções trazidas pela memória individual ou coletiva no campo da moda não só manifestam a influência da história na criação da moda como confirmam que a moda também responde a questões sociais vivenciadas em determinados períodos. Os estilos e as criações, seguindo uma tendência *retrô*, não são mera coincidência no decorrer da construção histórica do período. Os estilos são a continuidade de um momento em que as manifestações acontecem simultaneamente. A sociedade e o indivíduo respondem, mesmo que sem propósito intencional ou racional, às problematizações atuais das modificações da sociedade na qual estão inseridos.

### HISTÓRIA, MEMÓRIA E MODA

No campo da história, vive-se a era do presentismo que se iniciou em meados da década de 80. A necessidade de manter o passado em evidência, de trazê-lo para a vida contemporânea, é uma realidade cada dia mais constante na construção social do indivíduo. O Regime de Historicidade é o estudo sobre a forma como se relaciona com o tempo, os tipos de histórias que se produz, a forma como se considera e aborda o passado. Enfim, a forma como se relaciona com o passado, presente e futuro.

## Modapalavra E-periódico

Durante muito tempo, vislumbrou-se o que seria a moda do século XXI. Courrèges<sup>1</sup> havia previsto mulheres vestidas com roupas de plástico e fluorescentes e vestidas como andróginas. Não que não se tenha visto referências a esta previsão nas passarelas, mas o que mais influencia a moda atual é o resgate de elementos já explorados em outras épocas. Além de referências no estilo que agora se chama *retrô* ou *vintage*, está se presenciando um momento no qual elementos de épocas bem-sucedidas (na memória de um grupo ou de um indivíduo) são resgatados em forma de estampas ou de réplicas de vestimentas que, quando utilizadas, fazem com que o sujeito sintam-se parte daquele momento passado, ou simplesmente que eternize imagens de um momento que não se repetirá.

No entanto, o que é esse resgate ou essa busca de referência em algo já vivido. De onde surge a motivação para reutilizar o antigo e não simplesmente recriar o novo? O passado vivido é algo certo, concreto. O futuro é inconstante, desconhecido e, por vezes, amedrontador. A busca no conhecido cria elos entre o sujeito e o período presentificado através de (entre outras coisas) a roupa vestida, ou seja, o recurso da moda. Muitas pessoas que utilizam a moda retrô sequer viveram aquele período. A interferência do passado em suas vidas, porém, é latente. Dizer que o passado foi melhor do que será o futuro é um sentimento utópico. Contudo, talvez as pessoas estejam fugindo da responsabilidade de se tornarem “futuristas” quando muito já lhes foram tirado. Principalmente no campo pessoal e familiar, as cobranças e a maneira como as coisas acontecem no cotidiano das pessoas são diferentes e assustadoras em relação ao passado vivido por outras gerações.

Benjamin (apud SARLO, 2007, p. 28) afirma que a “[...] filosofia da história é uma reivindicação da memória como instância reconstituidora do passado.” A história interfere no mundo da moda através da memória que se mantém sobre determinados períodos, o que traz recordações. O uso de roupas que trazem elementos retrô ou *vintage* representa uma parte da identidade do sujeito. Ou seja, o sujeito se reconhece, pelo menos no momento em que utiliza aquela vestimenta, como pertencente a uma realidade não-vivida por ele, mas que ele compartilha através de sua memória ou da memória coletiva.

O campo da memória há muito vem sendo estudado, principalmente para compreensão de questões políticas e sociais. Algumas possibilidades levantadas para estes estudos podem ser aplicadas e compreendidas no campo da utilização da moda como forma de linguagem e identificação do sujeito. Para Sarlo (2007, p. 27),

---

<sup>1</sup> André Courrèges, estilista francês, que, nos anos 60, criou peças andróginas para a mulher do século XXI.  
Ano 3, n.5, jan-jun 2010, pp. 5 – 16. ISSN 1982-615x

## Modapalavra E-periódico

A narração da experiência está unida ao corpo e à voz, a uma presença real do sujeito na cena do passado. Não há testemunho sem experiência, mas tampouco há experiência sem narração: a linguagem liberta o aspecto mudo da experiência, redime-a de seu imediatismo ou de seu esquecimento e a transforma no comunicável, isto é, no comum.

Pode-se aplicar a afirmação, nos estudos voltados à linguagem da moda, que a moda retrô ou *vintage* tenta recriar o passado por meio da aparência. Mesmo que as experiências não tenham sido vividas pelos seus usuários, mesmo que não haja experiência física, existe a memória coletiva que está sempre latente. O uso de referenciais passados para a construção do novo remonta ao tempo vivido. O sujeito não necessariamente precisa ter tido as experiências; ele pode construir um novo sentido com algo que tenha vivenciado apenas por meio da memória coletiva.

A necessidade de manter o passado em evidência pode se atribuir ao fato de o sujeito querer dar continuidade a algo que, para ele, tem alguma representatividade. Para Nora (1993, p. 13), “Os lugares de memória nascem e vivem do sentimento que não há memória espontânea, que é preciso criar arquivos.” Portanto, as referências buscadas no passado são utilizadas porque são lugares de memória que remetem a algo que já aconteceu.

Uma manga bufante imitando um vestido de princesa. Um vestido de cintura baixa relembrando a década de 20. Estampas com grandes flores parecendo os tecidos antigos de acolchoados e forros de sofás das casas dos avós. Os suspensórios usados por homens em décadas passadas que agora fazem parte tanto do universo masculino quanto do feminino. Todas essas lembranças são reavivadas quando simplesmente se veste uma roupa. Mas, afinal, por que se sente essa necessidade de lembrar? Ainda para Nora (1993, p. 13), somente se lembra porque aquilo que há necessidade de se lembrar corre o risco do esquecimento. Lembra-se para manter vivos os acontecimentos, os fatos, as situações bucólicas que se sabe que não mais serão vividas. Somente nas lembranças poder-se-á manter contato com esse passado que insiste em se manter presente na vida das pessoas.

Ressalta-se que esta manifestação do retrô ou do *vintage* não é uma manifestação de um ou outro sujeito. É a representação do interesse ou a necessidade coletiva em rememorar o passado. “Menos a memória é vivida do interior, mais ela tem necessidade de suportes exteriores e de referências tangíveis de uma existência que só vive através delas.” (NORA, 1993, p.14). Para tornar-se concreta, a memória necessita de exteriorização, de elementos que sejam capazes de torná-la fonte de rememoração coletiva ou individual, mas que cumpra com o objetivo de indicar um passado que não mais será vivido.

## Modapalavra E-periódico

Para a história, o passado pode ser irracional e, para a memória, o passado pode incorporar um mito. O fato de se vestir como os avós se vestiam, ou mesmo utilizando como referências a moda de épocas muito mais remotas, remete à ideia do uso da memória na moda e não simplesmente da história. Quando as mulheres usam as sandálias no estilo romano/medieval, não o fazem para imitar os gladiadores da época ou não a utilizam para designar classe social como era nos tempos de sua criação. Nem mesmo as sandálias voltaram à moda apenas agora, a partir de 2006/2007. As sandálias greco-romanas já estiveram presentes no mundo da moda, ainda que seja com uma expressão menor do que a presenciada hoje em dia, nas décadas de 20 e 80. Em nenhum desses momentos de “reutilização”, por exemplo, as sandálias são usadas com o propósito inicial, que seria a distinção de classes, nem mesmo são usadas por homens, como acontecia nos tempos de sua criação. Portanto, a memória atribuiu à sandália um mito, em que é usada única e simplesmente com referência a um passado que sequer poder-se-ia ter tido a oportunidade de presenciar, ou é utilizada de forma que represente sua verdadeira história.<sup>2</sup>

As referências que se busca no passado, na maioria, não apresentam o interesse em ser fidedignos ao que aconteceu. A moda não tem a preocupação de contar a história de forma fiel. Essa busca pela representação do passado participa mais do imaginário, da possibilidade de apenas rememorar sem precisamente ser a realidade vivida em outros tempos. “Esse arrancar da memória sob o impulso conquistador e erradicador da história tem como que um efeito de revelação: a ruptura de um elo de identidade muito antigo, no fim daquilo que vivíamos como uma evidência: a adequação da história e da memória” (NORA, 1993, p. 8). Ao proferir essa afirmação, Nora (1993) não estava se referindo aos recursos da moda, é claro. Porém, podem se adaptar às manifestações da moda nesse comentário, de forma que a moda faça as suas próprias adequações da história e da memória para a produção e a construção de coleções que, de alguma forma, remetam ao passado.

O que esperar para o futuro se tudo o que se vive e se reverencia no momento remete ao passado? Em relação à moda, por exemplo, sempre se busca ser inovador, diferente, ousado. No entanto, a maior parte das coleções remete a algo do passado. Seja em um modelo já utilizado em outras épocas, em um elemento ou referência que lembre uma coleção, uma época, um século passado. Até mesmo nas estampas vê-se o estilo retrô ou *vintage* em evidência. As inovações ficam por conta dos acabamentos, das tecnologias, dos recursos de

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,,AA1288755-5606,00.html>>. Acesso em: 12 fev 2009.

fabricação que priorizam a sustentabilidade ou a durabilidade de uma peça, ou até a utilização de recursos sintéticos para suprir ou criar alguma necessidade. As visões do que seria a moda do século XX I não se concretizaram. As pessoas não se vestem com peças plásticas, de cortes retos, ou mesmo com peças em ferro, metal ou alumínio como se poderia ver nas previsões de estilistas e filmes do fim do século passado. Mas, qual a razão para isso? O medo pelo novo pode ser uma resposta. O futuro incerto, os apelos que o passado tem na vida cotidiana atual são visíveis. É mais fácil o sujeito parecer com algo que já conhece e se identifica do que se identificar com algo novo nunca antes visto a não ser em filmes de ficção. A moda não está vivendo uma fase de ausência de criatividade; ela vive um momento de necessidade de o sujeito manter-se ligado ao passado.

Nos estudos relacionados à história do tempo presente, pode-se atribuir à memória um papel fundamental na construção histórica. Mesmo que não tenham o mesmo significado, história e memória estão juntas no sentido de enriquecer e conflitar situações que construíram no passado e fazem parte do presente e futuro. “Em sua análise da memória coletiva, Maurice Halbwachs enfatiza a força dos diferentes pontos de referência que estruturam nossa memória e que a inserem na memória da coletividade a que pertencemos” (POLLAK, 1889, p.3). A aplicação dessa afirmação no campo da moda é bastante ampla. Os pontos de referência são aqueles nos quais o sujeito busca uma identificação com o conhecido, algo já vivido, uma situação concreta em qual este sujeito sabe que é inatingível, mas busca uma forma de pertencimento ao período ou à situação desejada.

Essa busca, essas referências quando trazidas para o uso, ao cotidiano das pessoas, acabam enriquecendo a memória coletiva com as motivações de outro em relação àquele passado. Em todas as áreas, vê-se a busca por referências ao passado, seja em aplicação de cerâmicas antigas em construções, em reformas em estilo provençal, seja em design de eletrodomésticos. Contudo, a moda é algo transitório, de rápida divulgação social, e atinge as mais variadas classes sociais, mesmo que apenas visualmente. O acesso a essa informação de reverência ao passado é facilmente transmitido e provoca a disseminação da ideia de passado na memória coletiva.

Através do mundo da moda, pode-se perceber a manifestação do Regime de Historicidade coletivo. A moda reporta a um passado coletivo e faz repensar a relação que se tem com o passado no que tange a determinados assuntos. Na vestimenta feminina, por exemplo, o uso de calças compridas foi bem difundido como forma de liberação da mulher, como recurso igualitário de seus direitos perante os homens. As calças não estão extintas,

## Modapalavra E-periódico

longe disso, tampouco os vestidos, em algum momento, deixaram de existir. Porém, hoje há uma grande variedade de vestidos e saias, muitos deles com elementos referências de outros períodos (principalmente nas estampas) que podem significar uma busca pela feminilidade novamente. A mulher atual dispõe de tantos ou mais afazeres que os homens. Não necessariamente precisa se mostrar igual a ele como em algum tempo passado. Agora ela tem a liberdade de se vestir da maneira que represente melhor seu estilo sem se preocupar em parecer frágil ou inferior. Desse modo, os valores atuais são outros e isso é manifestado também através da moda.

Nos tempos atuais, a moda é capaz de distinguir classes sociais, porém mais sutilmente do que em séculos passados. Uma marca de roupas, ou mesmo um estilo mais sofisticado, pode ser utilizado por pessoas de baixa renda, mesmo que com menor frequência, diferentemente dos tempos em que uma pessoa da nobreza era reconhecida pela cor da túnica, pelo modelo da vestimenta ou até mesmo pelo calçado que usava. Com o passar dos tempos, os menos abastados passaram a criar suas modas tendo como referência as vestimentas da nobreza. “Herbert Spencer, em 1854, foi o primeiro a explicar a relação da moda com a estrutura social, evidenciando que sua base está nos processos de imitação, os quais funcionam pelo respeito inspirado por aquele que se imita ou pelo desejo de afirmar que se está em igual condição” (SANT’ANNA, 2007, p. 81). Continua-se assistindo a esse tipo de imitação: as classes sociais mais pobres imitando as classes sociais mais ricas. Mas, neste artigo, o comparativo de imitação está sendo pesquisado pelos períodos e não pelas classes. Nesse caso, “aquele que se imita” é o período de referência, portanto, o respeito ao inspirador é relativo ao respeito, à idealização do período vivido. No entanto, ao vestir uma roupa inspirada em tempos passados, não se pode considerar que se está em “igual condição”. O que se pode é exteriorizar e tornar público seu respeito e veemência ao passado.

Como a moda é uma manifestação do indivíduo em exteriorizar sua identidade, quando o faz, torna pública sua predileção por isso ou aquilo. As utilizações referências ao passado são, portanto, a afirmação de que o sujeito resguarda valores relacionados à sua história, tendo resgatado esses valores por meio da sua memória ou da memória coletiva.

Entretanto, a moda pode ser considerada um lugar de memória que, na definição de Pierre Nora, significa “[...] toda unidade significativa, de ordem material ou ideal, da qual a vontade dos homens ou o trabalho do tempo fez um elemento simbólico do patrimônio histórico de uma comunidade qualquer” (apud ENDERS, p. 2), que seria compreendido no momento em que a pessoa reconhece um período, uma década ou uma referência de tempo

em determinada vestimenta, como uma referência histórica da constituição de uma sociedade em determinado período.

### COLECIONISMO NA MODA

Para abordar brevemente outro questionamento voltado às motivações do colecionismo, far-se-á um recorte sobre uma espécie de coleção em moda que está direcionada, de alguma maneira, a um tipo de história: as coleções de camisetas de times de futebol. Esse produto de moda é extremamente segmentado e específico, considerado tanto peça de colecionador quanto objeto de uso restrito. Os produtos (camisetas, agasalhos, bolas) de times de futebol ou seleções consagradas são vendidos por meio de um site ([www.ligaretro.com.br](http://www.ligaretro.com.br)) no qual se encontra imagem, história e características do produto. Além disso, abaixo às características, sempre existe um testemunho que normalmente é um relato de um jornalista de esporte sobre a seleção, o time, os jogos em que o produto fez parte.

Todavia, de onde surge o interesse em adquirir esses produtos? Pode-se voltar ao tema do lugar de memória e atribuir ao produto uma referência a um valor nostálgico a determinado produto. As peças à venda são réplicas de peças que fizeram parte de um momento histórico dos times. Um título alcançado, a troca do uniforme, um ídolo que se consagrou usando determinado produto. As peças são ricas em conteúdo para aqueles que conhecem a história dos times e seleções. Mas, o que há de comum nos objetos colecionados? Qual a semelhança entre uma camiseta que já não está mais em uso para uma coleção de moedas, por exemplo? As razões do colecionador, na maioria, são relevantes para o colecionador e, muitas vezes, não as são para outros. O colecionador de camisas vê necessidade e sente prazer ao ter parte da história em seu poder, mesmo que através de réplicas. É como se, de alguma forma, ele pudesse se sentir mais próximo daquela realidade vivida em um passado que hoje é apenas uma referência nostálgica.

Como na maioria das coleções, o valor agregado à peça é sempre expressivo. Seja pelo fato de ter uma produção limitada, seja simplesmente uma jogada de marketing para tornar o produto mais elitizado. Por isso, mesmo mais restrito, as peças da Liga Retrô têm um custo elevado por se tratar de uma camisa não-oficial. Os valores atribuídos às coleções, no entanto, podem ultrapassar as cifras do custo inicial por se tratar de valor sentimental. Assim, as réplicas ou as roupas inspiradas estão entrando nas atividades econômicas (POMIAN,



1984). E essas peças estão inseridas nesse mercado porque existe o mercado da memória. As roupas são vendidas somente dessa forma e com esses custos, pois se está atribuindo valores às lembranças. O instinto de propriedade pode tornar-se instinto de pertencimento. Se o indivíduo tem posse de uma camiseta da seleção de 1952, ele se sente parte dessa história. É importante, como em todas as afirmações acerca do presentismo, manter vivas as lembranças do tempo em que se está vivendo e do tempo ao qual, de alguma forma, se identificam ou se respeitam.

### CONCLUSÃO

A moda, durante muito tempo, foi considerada tema fútil e não-inserido em questionamentos mais relevantes. Em pesquisas no campo da história, sempre houve maior destaque no sentido de exemplificação de indumentária de identificação hierárquica. Com o passar do tempo, no entanto, a moda vem ganhando grande importância, principalmente nos estudos voltados à linguagem visual e à identificação social. No campo da história do tempo presente, pode-se entender a moda como elemento identificador do sujeito e compreender de que maneira a moda também é capaz de responder as questões sociais mais latentes. A moda, como lugar de memória, como referência histórica ou mesmo como objeto de colecionismo, apresenta uma vasta fonte de informações e enriquece os questionamentos que envolvem a história do tempo presente.

Como exposto neste artigo, a moda é um elemento rico em exteriorização das manifestações sociais e pessoais. O aprofundamento de estudos que envolve este tema estão em fase inicial comparados a outros temas há muito já estudados. No entanto, a moda traz subsídios de compreensão de questões e valores antes vistos de forma superficial. Retomando os assuntos e os questionamentos anteriormente abordados, a moda é uma forma de presentificação do passado por todas as questões relacionadas à utilização de referências de tempos já vividos; da necessidade do sujeito em manter presente a memória de um tempo em que ele pode se reconhecer. A moda é um lugar de memória porque reporta os períodos que se reconhece apenas pela visualização das roupas. Pode-se, inclusive, ter lembranças pessoais e lembranças advindas da memória coletiva. A moda também pode fazer parte do universo do colecionismo, atribuindo valores adquiridos a este, muitas vezes por meio dos temas abordados, ou seja, a coleção pode ser uma mescla de presentificação do passado, mantendo sempre presente os lugares de memória. Assim, a história, a memória e a moda podem ser

## Modapalavra E-periódico

consideradas parte de um único objetivo. A compreensão dos valores e das referências que transformam a sociedade em que se vive.

### REFERÊNCIAS

BARROS, Liana. **Acessórios retro**: mais moderno impossível. Disponível em: <[http://www.portaldasjoias.com.br/Janeiro\\_05/Moda/pelo\\_mundo.htm](http://www.portaldasjoias.com.br/Janeiro_05/Moda/pelo_mundo.htm)>. Acesso em 26 jan 2009.

BARTHES, Roland. **Imagem e moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

\_\_\_\_\_. **Sistema da moda**. Portugal: Edições 70, 1999.

BRAGA, João. **Historia da moda**: uma narrativa. 5. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

CALDAS, Ana Paula. **Ultrapassado**. Disponível em: <<http://www.camiseteria.com/product.aspx?pid=1133>>. Acesso em: 23 jan 2009.

CASTILHO, Khatia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

CHE GUEVARA é eleito o maior político eleito do século XX. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL100842-5602,00.html>>. Acesso: 23 jan 2009.

COELHO, Paulo Vinícius. **O esporte na máquina do tempo**. Disponível em: <<http://www.ligaretro.com/?orig=google>>. Acesso em: 19 jan 2009.

CRANE, Diane. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac, 2006.

ENDERS, Armelle. Lês Lieux de Mémoire, dez anos depois. **Estudos históricos**, Rio de Janeiro, v.6, n.11, 1993, p.128-137.

## Modapalavra E-periódico

EU AMO. Disponível em: <<http://www.euamovintage.com.br/>>. Acesso em: 26 jan 2009.

FOGGIATO, Priscila. **Bala na agulha**. Disponível em:  
<<http://www.curitibadeluxe.com.br/home/moda.htm>>. Acesso em: 20 jan 2009.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. **Moda é comunicação**: experiências, memórias, vínculos. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.  
HARTOG, François. Patrimoine et présent. In: **Regime d'historicité**: présentismo et expérience du temps. Paris: Ed. Du Seuil, 2003.

LAVER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MENDONÇA Alba Valéria; KAPPEN Patrícia. **Sandálias de guerreiros enfeitam pés femininos**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,AA1288743-5606,00.html>>. Acesso em: 22 jan 2009.

MESQUISTA, Cristiane. **Moda contemporânea**: quatro ou cinco conexões possíveis. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História**, São Paulo, n. 10. 1993, p. 7-28.

PALOMINO, Érika. **Figurino futurista de "Matrix Reloaded" dialoga com o presente**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u33369.shtml>>. Acesso em: 25 jan 2009.

POLLAK, Michel. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos históricos**, Rio de Janeiro, v.2, n.3, 1989, p.3-15.

POMIAN, K. Coleção. In: **Enciclopédia Einaudi - Memória-História**. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da moeda, 1984, v 1, p. 51-86.

RICCI, Karen. **A moda futurista da revolução Courrèges**. Disponível em:  
<<http://www.santamoda.com.br/passado.asp?codigo=105>>. Acesso em: 25 jan 2009.

## Modapalavra E-periódico

RICOUR, Paul. Pierre Nora: insólitos lugares de memória. In: \_\_\_\_\_. **A memória, a história e o esquecimento**. Campinas (SP): Editora Unicamp, 2007. p. 412-421.

SALGADO, Mônica. **É ou não é**. Disponível em:  
<[http://editora.globo.com/especiais/2007/spfw08/mat\\_herchcovitch.htm](http://editora.globo.com/especiais/2007/spfw08/mat_herchcovitch.htm)>. Acesso em 20 jan 2009.

SAMUEL, Raphael. Teatros de memória. **Projeto História**, São Paulo, n.14, p. 41-81, fev. 1997.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo**. São Paulo: Estação das Letras, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Teoria geral dos signos**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2000.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva**. São Paulo: Companhia da Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2007.

SOARES, Vera Lúcia Lins. **A calça e a mulher**. Disponível em:  
<<http://www.revistasintetica.com.br/internasNoticias.asp?newsMundoEventosArtesDicasmodaCulturaruasEspeciasID=477>>. Acesso em: 21 jan 2009.